

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт музыкального и художественного образования
Кафедра художественного образования

**ДИЗАЙН ФИРМЕННОГО СТИЛЯ МАУ ДО
«ДОМ ДЕТСКОГО ТВОРЧЕСТВА»
ОКТЯБРЬСКОГО РАЙОНА Г. ЕКАТЕРИНБУРГА**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой

дата

подпись

Исполнитель:
Попова Анастасия Станиславовна
обучающийся БЭ-52z группы

подпись

Руководитель:
доцент кафедры художественного
образования
Кардашев Арсен Владимирович

подпись

Екатеринбург 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. АНАЛИЗ ПРОЕКТНОЙ СИТУАЦИИ.....	6
1.1. Анализ ситуации.....	6
1.2. Анализ аналогов.....	10
1.3. Портрет потребителя.....	27
ГЛАВА II. ФОРМУЛИРОВКА ПРОЕКТНОЙ КОНЦЕПЦИИ.....	32
2.1. Проектные проблемы.....	32
2.2. Проектные задачи.....	32
2.3. Проектная концепция.....	33
ГЛАВА III. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТНОГО РЕШЕНИЯ.....	38
3.1. Описание формального решения.....	38
3.2. Описание шрифтового решения.....	44
3.3. Описание цветового решения.....	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	48
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	49
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	51
Приложение 1.....	51
Приложение 2.....	53

ВВЕДЕНИЕ

МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г.Екатеринбурга создан в 1949 г. МАУ ДО ДДТ Октябрьского района расположено в трех зданиях, общая площадь которых составляет 3 258,7 кв.м. В зданиях находятся актовый зал на 80 посадочных мест, выставочный зал, 4 хореографических класса с детскими раздевалками, 2 мастерские, кабинет керамики с лаборантской, 2 лаборантских, 34 учебных кабинета, методический кабинет и административные кабинеты. Учебные кабинеты Дома детского творчества оснащены необходимым оборудованием для эффективного проведения образовательного процесса [8].

Дом детского творчества – учреждение, занимающееся дополнительным образованием детей. Здесь каждый найдет дело себе по душе, так как перечень общеразвивающих программ широк: в него входят программы художественной, технической, туристическо-краеведческой, физкультурно-спортивной и социально-педагогической направленности.

Наряду с ним в городе существует множество учреждений дополнительного образования. Для того, чтобы быть узнаваемым, конкурентно способным и востребованным у потребителя встает необходимость разработки фирменного стиля учреждения.

Фирменный стиль нужен для рекламы учреждения дополнительного образования, также он призван решать задачи идентификации.

Фирменный стиль обеспечивает организацию следующими преимуществами, выполняя такие функции как:

1. повышение корпоративного духа, единство сотрудников и создание ощущения приобщенности к общему делу, воспитывает фирменный патриотизм;
2. позитивное влияние на эстетический уровень, внешний вид товаров и помещений фирмы;

3. помощь потребителю ориентироваться в потоке рекламной информации, быстро и безошибочно находить нужную фирму;
4. указывает потребителю взятие фирмой ответственности за произведенный товар;
5. указывает обществу на стабильность и долговременность, работы компании;
6. сокращает затраты на рекламу и PR, одновременно усиливая ее эффект и создавая сильный образ [7, 19].

Все функции фирменного стиля, связаны с созданием образа, привлекательного для основного типа потребителей.

Цель проекта – разработка фирменного стиля для МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга.

Объект проектирования – фирменный стиль МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга.

Предмет проектирования– элементы фирменного стиля МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга.

Задачи проекта:

1. Изучить литературу по проблеме разработки и создания фирменного стиля.
2. Изучить основные принципы разработки фирменного стиля.
3. Проанализировать прямые и косвенные аналоги фирменного стиля учреждений дополнительного образования.
4. Провести анализ потребителя МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга.
5. Разработать элементы фирменного стиля для МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга
6. Оформить бренд-бук.

Ключевые слова: ОБРАЗОВАНИЕ, ТВОРЧЕСТВО, ДЕТИ, РАЗВИТИЕ, ДОМ, СТАБИЛЬНОСТЬ, КРАСОЧНОСТЬ.

Для достижения цели и задач проекта использовался комплекс методов:

- **теоретических:** анализ литературы, анализ существующих аналогов, поиск стилового и концептуального решения;
- **практических:** проектирование, эскизирование, художественная визуализация.

Практическая значимость: творческий проект может быть использован полностью или частично для создания фирменного стиля МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга. Фирменный стиль создан с целью повысить востребованность и узнаваемость данного учреждения.

Структура работы: дипломная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, библиографического списка и приложений.

ГЛАВА 1. АНАЛИЗ ПРОЕКТНОЙ СИТУАЦИИ

1.1. Анализ ситуации

МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г.Екатеринбурга, является многопрофильным муниципальным образовательным учреждением, входящим в систему дополнительного образования. Ежегодно в ДДТ занимается большое количество детей. Здесь каждый из них находит занятия по душе. В ДДТ созданы комфортные условия для занятий, развития интеллектуальных потенциалов и творческих способностей.

Дом детского творчества предоставляет как бесплатные, так и платные дополнительные образовательные услуги с целью полного удовлетворения спроса населения.

Дом детского творчества, предоставляет обширный перечень программ учебного плана. В него входят общеразвивающие программы художественной направленности, технической, туристическо-краеведческой, физкультурно-спортивной, а также социально-педагогической направленности. Количество рабочих программ по каждому направлению обширно. В учреждение проходят обучение дети в возрасте от 3 до 18 лет.

Детские творческие объединения Дома детского творчества:

- Декоративно-прикладное творчество.

Способствует самовыражению, развивает фантазию, повышает культурный уровень. Творческий процесс у детей младшего возраста сопровождается игрой, все занятия проходят в игровой форме. Для детей подросткового возраста: каждое занятие, как путешествие в новый, не до конца изученный, увлекательный мир творчества.

- Спортивные секции.

Способствуют общему физическому развитию, формирует правильную осанку, красивую походку, развивает природные физические данные.

Повышают физические возможности организма. Развивается целеустремленность и настойчивость в преодолении трудностей учебного процесса.

- Туризм и краеведение.

Всестороннее развитие личности ребенка, совершенствуется физическое и духовное развитие. Дети становятся более самостоятельными, ведут наблюдения и исследования окружающей среды. Приобретают новые навыки.

- Музыкальное искусство.

Формируется эстетический вкус. Развиваются творческие особенности, вокальные данные, музыкальный слух.

- Хореография и театр.

Воспитывает социально-активную и культурно-творческую личность. Способствуют у детей художественно-эстетическому, эмоциональному и физическому развитию. Дети учатся чувствовать свое тело, музыку и пространство.

- Техническое творчество.

Формирует у обучающихся творческое и аналитическое мышление, коммуникативные навыки и исследовательские умения. Развивает интерес к технике, конструкторской мысли. Прививает трудолюбие.

На данный момент фирменный стиль МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга представлен в виде логотипа (Рис. 1.1.1).

Фирменный стиль (corporate identity) – единство элементов стиля, идентифицирующих принадлежность всего, на чем размещаются эти элементы (товары, средства коммуникации, коммуникационные сообщения) к конкретной фирме и отличающих ее от конкурентов [19].

Фирменный стиль, Дома детского творчества – многопрофильного образовательного учреждения, отличает его от множества других подобных организаций, своей индивидуальностью.

Задачей фирменного стиля Дома детского творчества является создание узнаваемого и запоминающегося образа, что повысит его конкурентно-способность среди других образовательных учреждений дополнительного образования.

Логотип МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г.
Екатеринбурга



Рис. 1.1.1.

1.2. Анализ аналогов

В ходе работы над проектом Фирменного стиля МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга, были проанализированы шесть аналогов: детский клуб «Мармеладный бегемот»; стоматологическая клиника «для ВАС»; детский клуб «Ладушки»; студия красоты «Эффект бабочки»; магазин аксессуаров и бижутерии «Малина» и фирменный стиль Днепровской художественной школы №1.

Фирменный стиль детского клуба «Мармеладный бегемот». «Мармеладный бегемот» - детский развлекательный клуб, место для развлечения и отдыха (Рис. 1.2.1.).

В структуру графического логотипа легло животное бегемот, стилизованное под детский рисунок. Бегемот выполняется в четырех цветовых окрасках: розовый, зеленый, желтый, красный. Каждая расцветка в свою очередь несет в себе цветовую окраску фрукта.

Само название говорит о мармеладе, исходя из этого фрукты выбраны с учетом вкусов мармелада. Арбуз – розовый, киви – зеленый, лимон – желтый, клубника – красный. Так же добавляются элементы этих фруктов: на розовом капли, в которых мы видим арбузные косточки; на зеленом мы видим киви, разрезанное пополам; в желтом добавляются капли или ломтик разрезанного лимона; в красном внешняя сторона ягоды клубники, ее косточки. Каждая расцветка ложится на бегемота, что и делает его мармеладным.

Буквенная часть логотипа выполнена в черном цвете, является дополнением к графической его части. При этом шрифт выбран сдержанный, но имеет некую игривость за счет разного размера букв.

Используется ярко-выраженный графический прием, в зависимости от того на каком носителе komponуется.

Изображение запоминается и воспринимается легко, образ мармеладного бегемота передан (Рис.1.2.2).

Основными носителями логотипа являются: визитки, форма сотрудников (Рис. 1.2.3.), рекламная продукция.



Рис. 1.2.1.



Рис. 1.2.2.



Рис. 1.2.3.

Фирменный стиль стоматологической клиники «для ВАС» (Рис.1.2.4.). Графический элемент логотипа представляет из себя форму зуба, окруженного в яблоко, которое олицетворяет здоровье, витамины.

Как основной цвет выбран – зеленый. Зеленый цвет несет в себе уравновешенность и спокойствие, считается цветом молодости и здоровья.

Стилизованное яблоко, так же выполнено в зеленом цвете, что говорит нам о здоровье, а в сочетании с формой зуба – о здоровых зубах. Смысл графического элемента легко читаем.

Шрифтовое решение лаконично, стабильно, также выполнено в зеленом цвете.

Фирменный стиль стоматологии «для ВАС» несет в себе стабильность и доверие; легко воспринимается.



Рис. 1.2.4.

Фирменный стиль детского клуба «Ладушки» (Рис 1.2.5.). В изобразительном знаке мы видим пять рук: две больших и три маленьких. Каждая из рук представлена в своем цвете: розовый, зеленый, бирюзовый, желтый, коричневый. Руки подняты вверх, над ними изображены три звезды: желтая, зеленая и бирюзовая. Руки тянутся к звездам. Прием говорит о тяге к новым знаниям, саморазвитию, стремлению к познанию нового.

Используемый шрифт декоративен, но легко читаем. Выполнен в бирюзовом цвете.

Логотип выполнен в пяти цветах. Он красочный, несет положительные эмоции.

Основными носителями фирменного стиля детского клуба «Ладушки» являются: визитка, пакет, часы, кружка, ручка, конверт, бумага, папка для бумаги.



Рис 1.2.5.

Фирменный стиль студии красоты «Эффект бабочки» (Рис 1.2.6.).
Используется графический прием, в котором контур бабочки формирует профиль лица. Бабочка, как символ легкости, красоты; дополняется очертанием женского лица, что в совокупности дает нам ощущение женской красоты.

Используется два вида шрифта. Эффект бабочки - написано простым, лаконичным шрифтом. Студия красоты - написано тонкими, изящными буквами.

Само название – «Эффект бабочки», несет в себе некий смысл: что все можно изменить. Изменить очень быстро, в одно мгновение; так же быстро как бабочка делает взмах своими крыльями. Нацеливает потребителя на скорость и качество услуг.

В фирменном стиле используется три цвета: сиреневый, белый и серый. Графический элемент выполняется в вариации сиреневого и белого. Для буквенной составляющей используется сиреневый или сиреневый и серый.

Фирменный стиль салона красоты передает нам легкость и утонченность.

Основными носителями фирменного стиля студии красоты «Эффект бабочки» являются: визитные карты, дисконтные карты, прейскурант, рекламная продукция (Рис.1.2.7.).



Рис 1.2.6.

Фирменный стиль магазина аксессуаров и бижутерии «Малина» (Рис. 1.2.8.). Выполнен фирменный стиль в сочном малиновом цвете, яркий и привлекающий внимание.

Комбинированный знак: в облаке находится надпись, выполненная шрифтом, с эффектом написания руки. Облако окружает венок, стилизованный под растение, некий плющ. Выполнен он тонкими, изящными линиями. Выполняет роль текстуры. Складывается ощущение, что в нем совмещено множество аксессуаров.

Основными носителями фирменного стиля «Малина» являются: визитная карта, дисконтная карта, пакет, чайная пара, каталог продукции, диски и обложки для дисков.

Фирменный стиль современный, молодежный. Яркий и сочный, как ягода малины.



Рис. 1.2.8.

Фирменный стиль Днепровской детской художественной школы №1 (Рис. 1.2.9, Рис. 1.2.10.). Логотип состоит из образа кисти, выполненного черными линиями, разной толщины. Верх кисти окружают семь цветных кругов, которые выполнены как мазки кистью. Цвет этих кругов, отображает цвета радуги: красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый. Есть такая детская считалка, чтобы легче и быстрее запомнить цвета радуги: «Каждый охотник желает знать где сидит фазан».

В буквенной части логотипа используется простой, прямой шрифт, выполнена надпись в черном цвете.

Логотип Днепровской детской художественной школы №1 яркий, располагает к себе. Передает суть, но при этом очень прост.



Рис. 1.2.9.



Рис. 1.2.10.

1.3. Портрет потребителя

МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г.Екатеринбурга, предоставляет населению образовательные услуги. Исходя из этого Дом детского творчества можно рассматривать, как субъект рынка образовательных услуг. Каждому учреждению дополнительного образования необходим свой фирменный стиль, так как приходится конкурировать с другими участниками рынка образовательных услуг и выделяться на их фоне. В связи с этим необходимо составить портрет потребителя.

Главными потребителями фирменного стиля являются: педагогический состав организации, дети и их родители. Возрастная группа детей, обучающихся в Доме детского творчества от 3 до 18 лет. Так же потребителями фирменного стиля являются: социальные партнеры, администрация и население Октябрьского района.

Психологические особенности этих возрастов:

Дети дошкольного возраста познают мир через игру. В 3 года ребенок начинает мыслить целостными образами, появляется сюжетная игра, копирует поведение и действия взрослых. Игрушки становятся моделями предметов. Начинают исследовать окружающий мир, впитывают новые знания. Трехлетние дети интересуются конструкторами, техническими новинками, начинают формироваться гендерные предпочтения в игрушках (Рис. 1.3.1.). Отдают предпочтение локальным цветам: ярким и насыщенным. В возрасте от 3 до 6 лет детям начинают нравиться самодельные игрушки, сделанные взрослыми. Ближе к 6-7 годам – начинает преобладать ролевая игра. В игре ребенок пробует на себе моменты из жизни взрослых (Рис. 1.3.2.). В эмоциональном развитии детей – игра имеет важное значение.

Именно игра вызывает качественные изменения в психике ребенка. В игре закладываются основы учебной деятельности, которая потом становится ведущей в младшем школьном детстве [4].

У младших школьников меняется уклад жизни, основным видом деятельности становится учение. Их привлекает сам процесс обучения, нравится статус ученика. Как и дети дошкольного возраста они проявляют потребность в активной игровой деятельности. Очень эмоциональны, восприимчивы, мыслят образами. [16]

В среднем школьном возрасте у подростка так же, как и у младшего школьника основным видом деятельности является учение. Подросток начинает ярко проявлять себя во вне учебной деятельности. Ставят для себя задачи достичь поставленных результатов в заданные сроки и быть лучшими среди сверстников. Начинают появляться собственные увлечения. Игры начинают носить спортивный характер (Рис. 1.3.3.) Подростки стремятся к самостоятельности, но при этом эмоционально возбудимы.

Общение выходит далеко за рамки учебы, становится гораздо содержательнее, сложнее, многообразнее, чем у младших школьников. Общение со сверстниками для подростков большая ценность, чем общение с родителями, близкими [4].

В старшем школьном возрасте учение ещё остается одним из главных видов деятельности. Появляется стремление углублять свои знания, готовы к физическим и умственным нагрузкам. Старшеклассники обращены в будущее, стоят на пороге самостоятельной жизни. Могут себя контролировать, становятся более выдержанными.

Спецификой возраста является быстрое развитие специальных способностей, нередко напрямую связанных с выбираемой профессиональной областью [13].

Дизайн фирменного стиля, Дома детского творчества, необходимо создать с учетом всех возрастных особенностей групп потребителей. Актуальность логотипа заключается в его ориентированности на разные возрастные группы. Логотип – яркий, красочный, напоминающий детские игры.

Гендерные предпочтения в игрушках.



Рис. 1.3.1.



Рис. 1.3.2.



Рис. 1.3.3.

ГЛАВА II. ФОРМУЛИРОВКА ПРОЕКТНОЙ КОНЦЕПЦИИ

2.1. Проектные проблемы

При разработке фирменного стиля МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга были выявлены следующие проектные проблемы:

- проблема идентификации; наделить фирменный стиль определенной смысловой нагрузкой, которая будет отражать основные его особенности;
- проблема оригинальности; выделить среди фирменных стилей подобных заведений, быть креативным, легко читаемым и вызывающим интерес.
- проблема направленности на целевую аудиторию Дома детского творчества; в фирменном стиле необходимо учесть все особенности и интересы потребителя: напрямую взаимодействовать с потребителем и отвечать всем его запросам, легко восприниматься детьми, быть понятным всем возрастным группам и вызывать положительные эмоции, привлекать новых потребителей и вызывать у них интерес;
- проблема единства; разработать элементы фирменного стиля в едином решении.

2.2. Проектные задачи

Основываясь на выявленных проблемах Дома детского творчества, были поставлены следующие задачи:

- разработать графический прием, цветографическое решение, соответствующее особенностям данной учебной организации;

- сформировать фирменный стиль, опираясь на современные тенденции дизайна;
- опираясь на составленный портрет потребителя, разработать логотип, отвечающий интересам всех возрастных групп;
- разработать графические и композиционные приемы, цветографические решения, которые будут транслироваться на все носители (элементы корпоративной полиграфии, наружная реклама).

В творческом проекте основополагающим является создание и разработка логотипа. [21, 38] Логотип – графический знак; является средством узнаваемости для потребителей и распознаваемости учебного заведения среди ему подобных.

Необходимо проработать цветографическое решение, в котором будет выполнен фирменный стиль. Цвет – эмоциональный образ; на подсознание человека имеет сильное воздействие. Правильно подобранное цветографическое решение сможет привлечь потребителя; донести необходимую информацию до потребителя. Восприятие фирменного стиля зависит от правильно подобранного цветового решения.

Исходя из поставленных задач будет формироваться проектная концепция. Добиться поставленной цели поможет пошаговое выполнение задач.

2.3 Проектная концепция

МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г.Екатеринбурга, является многопрофильным образовательным учреждением.

Создавая фирменный стиль необходимо учитывать, что Дом детского творчества, учреждение дополнительного образования, в котором обучаются

дети разных возрастных групп и перечень общеразвивающих программ широк.

Необходимо создать образ, обхватывающий все многообразие творческих объединений Дома детского творчества, понятный и легко воспринимающийся потребителям всех возрастов.

Потребитель получает информацию о данном учреждении из логотипа, который отражает специфику данного учреждения, способен вселить чувство доверия к услугам организации.

В логотипе одним из главных выразительных средств является цветовое решение. Цветовая гамма может также оказывать определенное эмоциональное или психологическое воздействие. [18]

Цветовое решение должно быть ориентировано на разные возрастные группы. Ведь на людей разных возрастов, каждый цвет влияет по-своему. Поэтому подобранное цветовое решение, будет привлекать потребителей всех возрастных групп.

Красный цвет выбирают подвижные и энергичные дети; желтый цвет – раскрепощенные, открытые и бескорыстные; зеленый цвет – интеллектуально развитые дети. Оранжевый – предпочитают смелые и непосредственные; синий – спокойные и уравновешенные дети. [15]

В ходе работы над проектом были выявлены следующие образы: дом, творчество, обучение, дети, развитие, красочность и стабильность.

Оригинальный образ, создаваемый всеми элементами фирменного стиля, будет способствовать узнаваемости данной организации и отличать его от логотипов подобных учреждений дополнительного образования.

Логотип Дома детского творчества будет иметь понятный смысл и взаимосвязь с услугами, представляющимися в данной учебной организации; внушать потребителям доверие и стабильность; вызывать положительные эмоции.

Учитывая вышесказанное, была сформулирована следующая концепция: конструктор из букв – аппликация; фрагменты, сложенные воедино, якобы сложены детской рукой.

Аппликация – это вырезание и наклеивание отдельных элементов на основу (Рис. 2.3.1.). На развитие творческих способностей детей оказывает большое влияние.

Конструктор – это набор деталей для моделирования (Рис. 2.3.2.). Оказывает влияние на развитие памяти, воображения; положительно влияет на развитие мелкой моторики.

Аппликация, как формообразующий прием. Буквы словно вырезаны и приклеены детской рукой. Складываются воедино, словно детали из конструктора.

Обучение в Доме детского творчества начинается с детских лет и продолжается до совершеннолетия. Концепция проекта ориентирована на все возрастные группы: на педагогический состав, детей и их родителей, а также на администрацию и население Октябрьского района.



Рис. 2.3.1. Аппликация



Рис. 2.3.2. Конструктор

ГЛАВА III. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТНОГО РЕШЕНИЯ

3.1 Описание формального решения

В основу логотипа (Рис. 3.1.1.) МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга легло название учреждения – Дом детского творчества.

В ходе работы над проектом, были рассмотрены разные вариации шрифтового решения (Рис. 3.1.2, Рис. 3.1.3.). Был подобран актуальный шрифт (Рис. 3.1.4), несущий в себе тематику детского творчества (AngryBirds Regular.).

Видовым образом проекта стал конструктор из букв – аппликация; фрагменты, сложенные воедино, якобы сложены детской рукой.

Как формообразующий прием используется аппликация: буквы словно вырезаны из цветной бумаги детской рукой. Края букв неровные, с засечками.

Буквы в логотипе направлены в разные стороны; словно складываются в слова как конструктор.

Буква Д в слове Дом, стилизована под домик. Имеет окно со створками и крышу. Но также в нее заложен смысл стрелки. Является неким указателем. Несет в себе скрытый смысл: что в данном учреждении будет также тепло и уютно, как дома. Родителям учеников это будет давать чувство стабильности, уверенности и спокойствия за своего ребенка. Детям будет внушать доверие и привлекать теплотой, уютом и заботой данного учреждения.

Все три слова написаны разным размером, что выделяет их по значимости. Слово Дом в логотипе является главным; основной акцент делается на него, за счет размера и стилизации. Слова детского и творчества почти одного размера, несут в себе прямой смысл. Детского чуть больше, что

выделяет направленность на развитие определенной категории - детей, а творчество говорит уже о специфике этого развития.

Цветографическое решение подобрано с учетом направленности учреждения на работу с детьми. Цвета подобраны локальные: яркие и насыщенные; чистые, без примесей.

Выбранная цветовая гамма привлекает внимание потребителей своим разнообразием, в ней каждый сможет найти цвет себе по душе.



Рис. 3.1.1.



Рис. 3.1.2.

 **Дом Детского
Творчества**
Октябрьского района

 **Дом**
Детского
Творчества

 **Дом**
Детского
Творчества

 **Дом Детского**
Творчества

Рис. 3.1.3.

ДОМ ДЕТСКОГО
ТВОРЧЕСТВА

ДОМ ДЕТСКОГО
ТВОРЧЕСТВА

ДОМ
ДЕТСКОГО
ТВОРЧЕСТВА

ДОМ
ДЕТСКОГО
ТВОРЧЕСТВА

Рис. 3.1.4.

3.2 Описание шрифтового решения

В качестве корпоративного шрифта МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга, был выбран шрифт семейства Angry Birds. Относится к категории карикатурных шрифтов. Стил шрифта: Regular. Полное название шрифта: AngryBirds Regular (Рис. 3.1.1.).

Шрифтовое решение было выбрано исходя из специфики осуществления услуг данной организации.

Шрифт напоминает детское творчество. Буквы имеют не ровные края с засечками, словно написаны детской рукой, вызывает положительные эмоции, связанные с детством.

A B C D E F G H I J K L M N
 O P Q R S T U V W X Y Z
 A B C D E F G H I J K L M N
 O P Q R S T U V W X Y Z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 (! ?) " / \ ' . : , ; *
 А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М
 Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Щ Ъ
 Ы Ь Э Ю Я
 А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М
 Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Щ Ъ
 Ы Ь Э Ю Я

Рис. 3.2.1. Основная гарнитура AngryBirds Regular

3.3 Описание цветового решения

Фирменными цветами проекта, согласно цветовой модели СМУК, стали (Рис. 3.3.1.):

- C11 M9 Y92 K0 – желтый;
- C0 M100 Y85 K0 – красный;
- C100 M 0 Y100 K0 – зеленый;
- C85 M50 Y0 K0 – светло синий;
- C0 M50 Y100 K0 – оранжевый;
- C100 M95 Y5 K0 – синий.

Цвета были подобраны основываясь на детских предпочтениях. Дети любят локальные цвета.

Желтый цвет несет в себе радость, надежду, тепло. Цвет солнца. Улучшает внимание и повышает настроение.

Красный цвет яркий, активный, насыщенный; привлекающий внимание. Несет в себе смелость, настойчивость. Повышает активность и дарит заряд энергии и бодрости.

Зеленый цвет природы и жизни. Несет в себе спокойствие и умиротворение. Помогает расслабиться и успокоиться.

Светло синий успокаивает, умиротворяет и дарит чувство спокойствия.

Оранжевый близок к желтому. Несет в себе радость, бодрость, позитив. Дарит ощущение комфорта и уверенности, повышает творческую активность.

Синий цвет моря. Несет в себе спокойствие и удовлетворенность. Способствует ответственности и внутренней собранности.

Выбранная цветовая гамма свойственна для детской организации, за счет сочетания цветов логотип получился ярким, запоминающимся; вызывающим теплые и положительные чувства. Передает специфику и направленность учреждения.

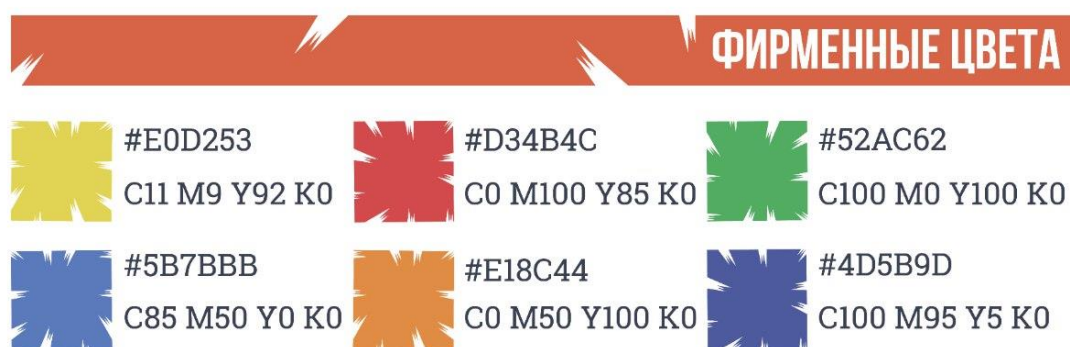


Рис. 3.3.1. Фирменные цвета проекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью проекта была разработка фирменного стиля для МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга. В ходе выполнения проекта были выполнены следующие задачи:

1. разработан графический прием, цветографическое решение, соответствующее особенностям данной учебной организации;
2. сформирован фирменный стиль;
3. разработан логотип, отвечающий интересам всех возрастных групп;
4. графический прием и цветографическое решение транслируются на носители: визитные карточки, корпоративные бейджи, рабочую униформу, документацию, флаеры и буклеты и наружную рекламу;
5. все составляющие фирменного стиля включены в руководство по его использованию – бренд-бук.

В ходе работы, исходя из концепции, было создано несколько вариантов эскизов. Был выбран вариант, отвечающий специфике учреждения.

Специфику деятельности учреждения передает цветовое и образное решение проекта. Фирменный стиль МАУ ДО «Дом детского творчества» направлен на определенную аудиторию потребителей.

Логотип Дома детского творчества яркий, легко читаемый. За счет современного фирменного стиля будет легко восприниматься потребителями, запомниться и будет выделяться на рынке дополнительного образования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Азаров Ю. Художественное образование: новейшие технологии// Высшее образование в России. 2000. № 1. С. 85-87
2. Арнхейм р. Искусство и визуальное восприятие –М: Прогресс, 2004. 198 с.
3. Баженова Т.Ю. Лекции «История и теория художественного образования». Тула: ОПр. 2007. 60 с.
4. Белкин А. С. Основы возрастной педагогики: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб, заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2000. - 192 с.
5. Буймистру Т.А. Колористика: цвет-ключ к красоте и гармонии. М.: Ниола-Пресс, 2013. 236 с.
6. Голубева О. Л. Основы композиции. М.: Искусство, 2004. 121 с.
7. Добробабенко Н.С. Фирменный стиль: принципы разработки. М.: Инфа-М., 1999. 111с.
8. Дом детского творчества [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://ddtor.ru>
9. Иттен И. Искусство цвета М.: Издатель Д. Аронов, 2000. 120с.
10. Михайлов С., Михайлова А. История дизайна. Краткий курс. М.: Бином, 2004. 289 с.
11. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования. М.: Юнити, 2012. 236 с.
12. Победин В. А. Знаки в графическом дизайне. М.: «Ранок», 2001. 96 с.
13. Психологические особенности юношеского возраста [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.psinside.ru/ndos-566-1.html>
14. Психология восприятия цвета. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/91291>

15. Психология цветовосприятия / Е.А. Снижко [Электронный ресурс] Режим доступа: : <http://sea1608.narod.ru/LK3.htm>
16. Развитие младшего школьника. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://lektsii.org/3-70341.html>
17. Семенов В. Б. Товарный знак: битва со смыслами. Спб.: Питер, 2005. 256 с.
18. Цвет-Википедия. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Цвет>
19. Что такое фирменный стиль? [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_f/corporate_identity/
20. Эвами М. LOGO. Создание логотипов, самые современные разработки. Спб.: Питер, 2009. 352 с.
21. Эйри. Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. Спб.: «Питер». 2011. 216 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1



Рис. 1.1. Логотип для МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга



Рис. 1.2. Альтернативное начертание логотипа МАУ ДО «Дом детского творчества» Октябрьского района г. Екатеринбурга

Приложение 2



Рис. 2.1. Планшет 1



Рис. 2.2. Планшет 2



Рис. 2.3. Планшет 3